

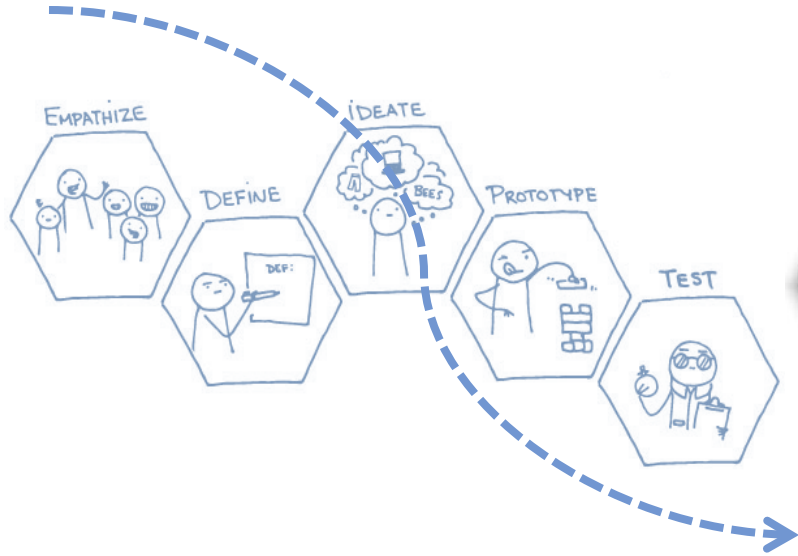


El precio del diseño

Marcelo Cifuentes Villagrán

Diseñador Industrial
Docente Duoc UC
Director "Yepun"
astronomía cultural

cifuentesvillagran@gmail.com



El diseño es un
proceso...
Los objetos no son el
objetivo en diseño...

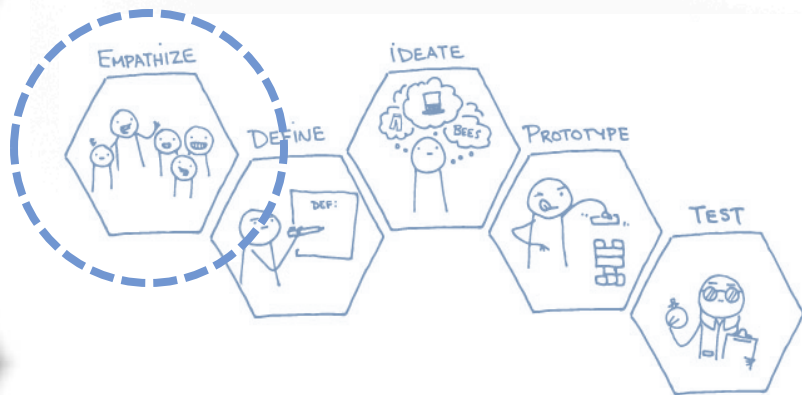
1

2

En diseño, independiente de su duración, se debe presupuestar por lo menos el 20% del tiempo en diagnóstico, análisis y consultas que definan restricciones, parámetros y requerimientos, estando estas etapas dentro del presupuesto.

3

Recordemos que nosotros calculamos el precio final de un proyecto o proceso de diseño, no por fabricar, armar, montar, distribuir o vender el producto, esto es aparte.
Evitemos «regalar el diseño» por quedarnos con la producción.





No son validos tarifarios ni “menús” en una actividad de múltiples variables y resultados de valor, en donde cada contexto e impacto es diferente.

4

Lo que “cobran” los demás es solo una referencia de mercado, no necesariamente es lo que nosotros debemos “cobrar”.
Aprende y asume calcular tus propios costos.

5



Ejemplo de jerarquía proyecto: Solicitud de desarrollo de un etiquetado en papel, para un pequeño producto liquido embotellado.

Proponer una misma solución, pero con diferente impacto y jerarquía en el mercado, afecta en el precio final !!!



Ser correctos y éticos, no significa ser ingenuos...!



SII Servicio de Impuestos Internos

Identificar Nuevo Contribuyente | Cerrar Sesión

Inicio | Registro de Contribuyentes | Impuestos | Formularios | Estadísticas | Datos de Herencia | Datos | Declaraciones | Anuncios | Datos de Tránsito | Situación Tributaria | Situación de Vehículos | Límites Contables | Sanciones y Condonaciones

Unidad está en: > Estadísticas y Estudios SII > Estadísticas de empresas >

ESTADÍSTICAS DE EMPRESAS POR REGIÓN

En esta página usted encontrará información estadística de número de empresas, montos de ventas, número de trabajadores dependientes y remuneraciones de estos por zona geográfica para los años comerciales 2005 al 2015.
Última actualización: Septiembre 2016

- Estadísticas de empresas por región
- Estadísticas relacionadas
- Notas metodológicas

REGION	Año Tributario 2015 (Año comercial 2014)			Año Tributario 2016 (Año comercial 2015)				
	Nº de Empresas	Monto de Ventas (millones de UF)	Trabajadores Dependientes Informados	Remuneraciones de Trabajadores Dependientes (millones de UF)	Nº de Empresas	Monto de Ventas (millones de UF)	Trabajadores Dependientes Informados	Remuneraciones de Trabajadores Dependientes (millones de UF)
I Región de Tarapacá	18.779	294.326,0	101.090	12.764,2	19.116	209.683,7	101.882	12.487,0
II Región de Antofagasta	30.552	398.222,1	165.338	42.288,4	31.076	465.537,3	163.567	42.515,0
III Región de Atacama	16.251	133.027,7	88.823	17.449,1	16.921	123.964,8	84.179	16.432,3

mercantil.com

¿Qué Buscas?

Mercantil.com también en mobile

m Portal de Negocios Mercantil.com

	Empresa	Sitios Web	Social	Productos
Agricultura, Forestal y Pesca	103,701	5,697	470	9,852
Alimentos y Bebidas	94,094	5,062	1,370	107
Construcción	89,368	8,964	409	9,964
Educación, Capacitación y Cultura	48,985	4,115	1,083	233
Gobierno e Instituciones	11,831	3,021	31	6
Hogar y oficina	90,901	11,499	1,382	1,328

Debes estar atento a toda oportunidad y variable en lo posible.

Analiza y revisa información constantemente, observa el comportamiento del mercado, tendencias y en lo posible “espía” a tus futuros clientes / usuarios, sus comportamientos, consumos, movimientos, etc.

6



7

Define antes de egresar de tus estudios, un área temática, una necesidad, un sector productivo, un grupo objetivo, una tecnología o una tendencia a explotar y desarrollar. Esto no asegura el éxito, pero evita dar varios “palos de ciego” y orientarte como diseñador hacia un sector.





Y atención!
como nunca el estado también
esta solicitando productos.
Es un potencial cliente mas!

8

Como está la pega?



3 vías:

- 1) “Nos dan y esperamos pega”...
- 2) Generamos un nuevo ambiente, organización o negocio con nuestro conocimiento, para generar “ pega”...
- 3) Abrimos el espacio en un lugar ya existente , explotando nuevas oportunidades generando un nuevo cargo o “ pega”.



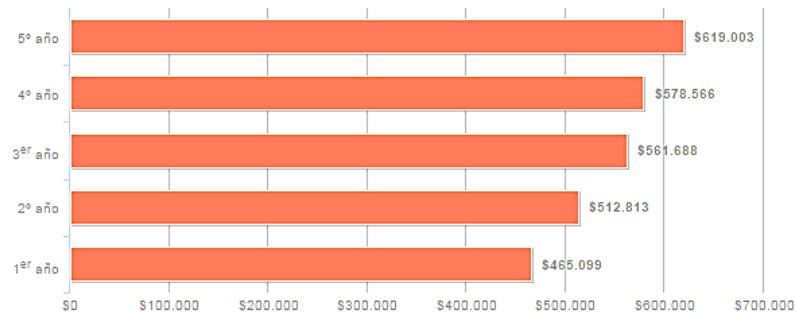
1

Ser libre o ser empleado?



Diseño Gráfico

Ingresos brutos mensuales (en pesos a octubre de 2015)

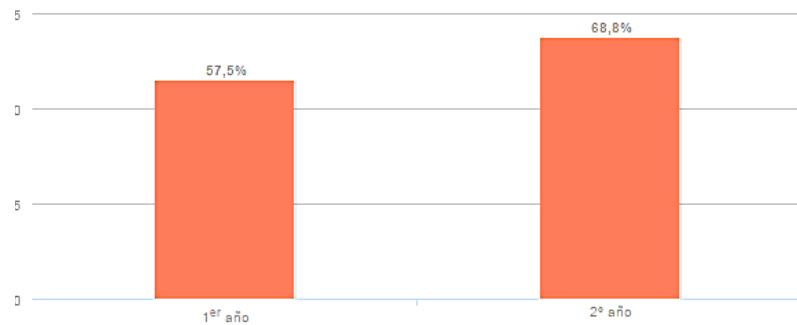


2 Ser libre o ser empleado?



Diseño Gráfico

Empleabilidad al 1^{er} y 2^o año posterior a la titulación

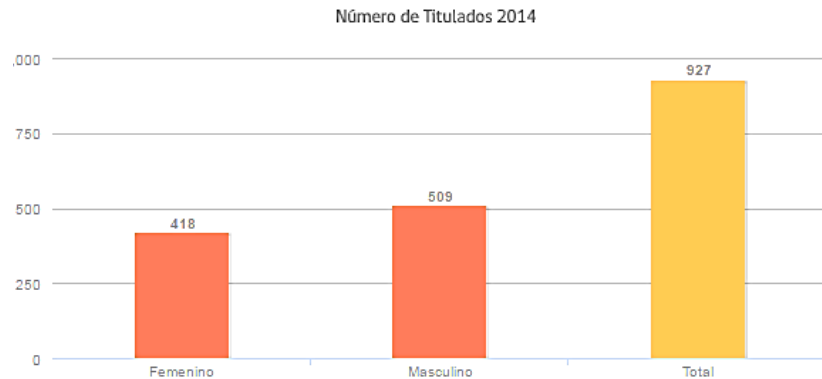


- Este indicador mide la proporción de titulados de una carrera que obtiene un ingreso superior al ingreso mínimo al cabo del primer y segundo año después de su titulación.

3 Ser libre o ser empleado?



Diseño Gráfico



Indicadores



Decir hoy como profesionales “los números no son lo mío”, en un mundo económico, comercial, competitivo, donde nos movemos como consumidores, es como decir “respirar oxígeno no es lo mío”.

9



www.indicadoreschile.com

Indicadores del día

26.249,67 pesos chilenos

Unidad de Fomento

Actualizado el 24 de Octubre de 2016 a las 10:00

664,35 pesos chilenos

Dólar estadounidense

Actualizado el 24 de Octubre de 2016 a las 09:22

45.999,00 pesos chilenos

Unidad Tributaria Mensual

Actualizado el 24 de Octubre de 2016 a las 10:00

723,77 pesos chilenos

Euro

Actualizado el 24 de Octubre de 2016 a las 09:22



www.indicadoreschile.com

El 1 de julio de 2016 se eleva el ingreso mínimo mensual o sueldo mínimo de **\$250.000** a **\$257.500** para los empleados mayores de 18 años y hasta 65 años de edad, esto según la ley **20.935** que se promulgó el **30 de junio de 2016**.

Por último desde el **1 de enero de 2018** pasará de **\$270.000** a **\$276.000**.

Estos cambios representan un aumento de **7,2%** en un año y medio.



Calculadora IPC

Calculadora IPC, es una aplicación desarrollada por el Instituto Nacional de Estadísticas que permite calcular la tasa de variación del Índice de Precios al Consumidor (IPC) entre dos periodos. Adicionalmente, a través de esta herramienta es posible actualizar valores monetarios expresados en pesos. Los resultados obtenidos en la calculadora pueden ser descargados en diferentes formatos para su impresión.

Período de Cálculo

Inicio

Abril ▼

2015 ▼

Término

Septiembre ▼

2016 ▼

Valor a Ajustar

100000

Calcular

Variación del período

01 Abril 2015 al 30 Septiembre 2016

18 meses

6,1 %

Valor ajustado : 106.064

Nota: Internamente se realizan los cálculos con 12 decimales y las variaciones resultantes corresponden a las series empalmadas para fines de reajustabilidad.

Imprimir

Contexto

¿Cuánto ganan los chilenos?

El ingreso promedio de los trabajadores chilenos fue de **\$473.251** en 2014.



Mujeres

Si en 2013 ganaban **\$354.681** en promedio, la cifra aumentó a **\$382.253** en 2014.

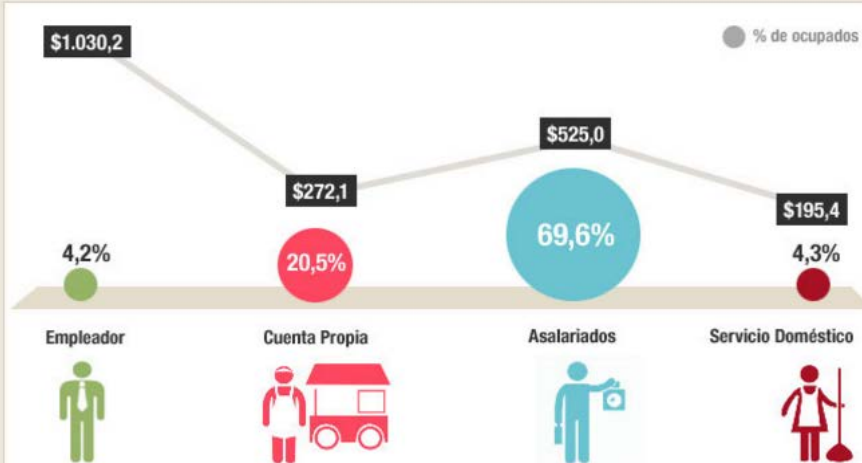


Hombres

Pasaron de ganar **\$531.034** en promedio el 2013 a **\$543.996** el 2014.

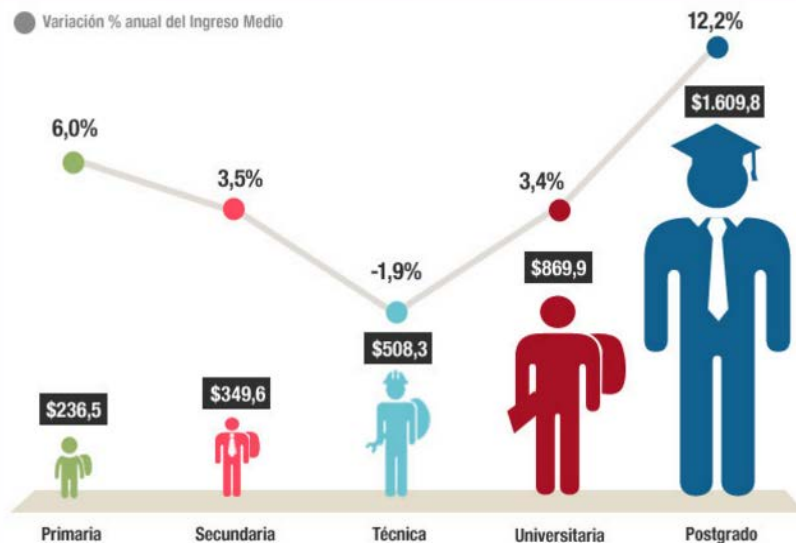
¿Cuánto cambia el ingreso según la categoría ocupacional?

El 69,6% de la población que trabaja es asalariada y su ingreso medio alcanzó los \$525.020.

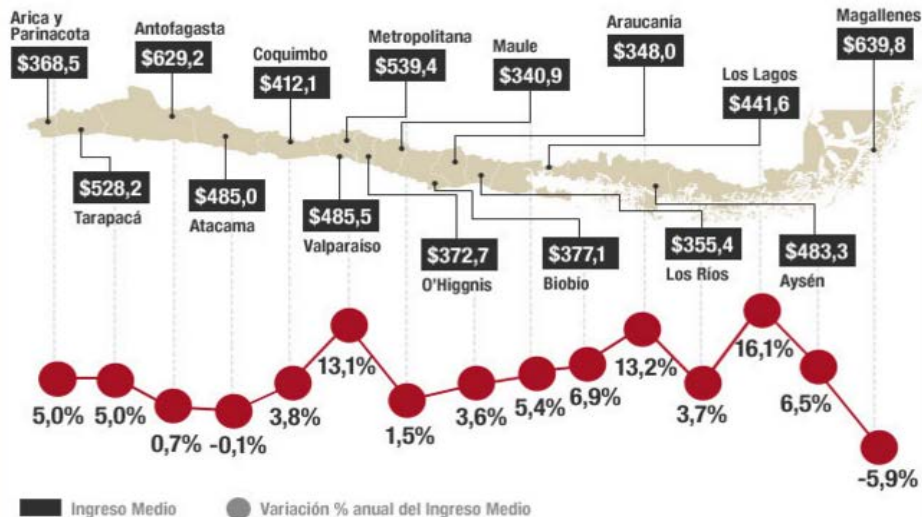


¿Cuánto cambia el ingreso promedio según el nivel educacional?

● Variación % anual del Ingreso Medio



Ingreso promedio por regiones



Ingreso por hogar

- El ingreso medio de los hogares en 2014 se estimó en **\$933.701**.
- 7 regiones superan el ingreso medio a nivel país: Tarapacá, Antofagasta, Atacama, Valparaíso, Aysén, Magallanes y región Metropolitana.
- La región con el ingreso medio del hogar más elevado fue Antofagasta (\$1.384.048), seguida de Magallanes (\$1.269.404), en tanto la región con el ingreso medio del hogar más bajo fue Maule (\$638.399), seguida de La Araucanía (\$674.711).



INE Instituto Nacional de Estadísticas • Chile



53 % ingresa menos de **\$300.000**

70 % ingresa menos de **\$426.000**

79 % ingresa menos de **\$550.000**

Sólo el **16%** ingresa más de **\$630.000**

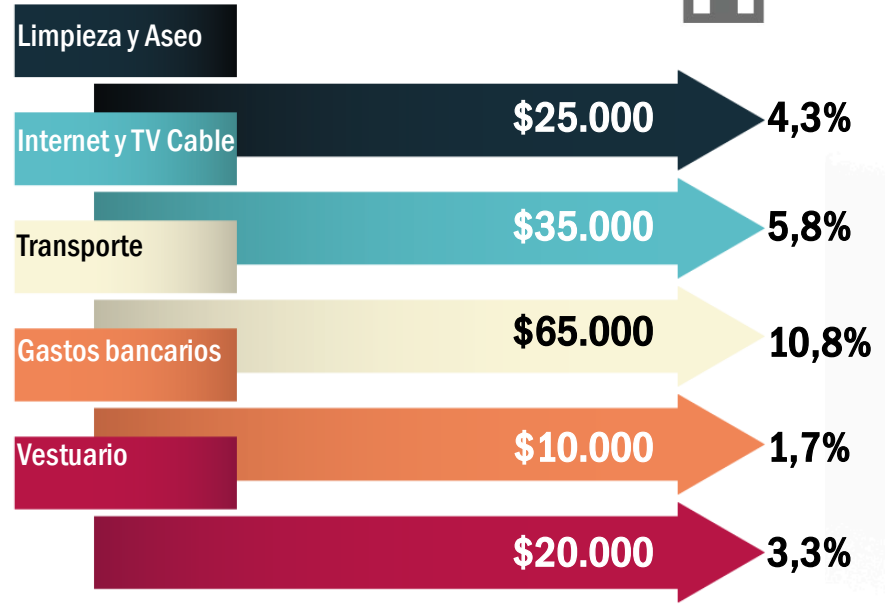
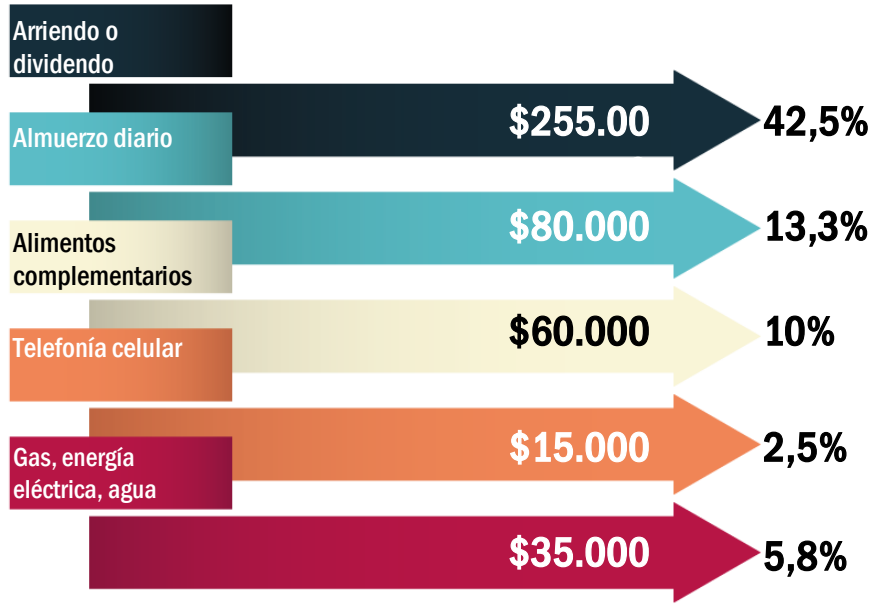


Seamos sensatos y analicemos cuanto cuesta “la vida urbana” en un estándar promedio de confortabilidad en nuestro país, antes de aceptar cualquier «precio»

10



Detalles costos mensuales base estándar de confortabilidad en Chile



Total costos mensuales en relación a una persona : **\$600.000**

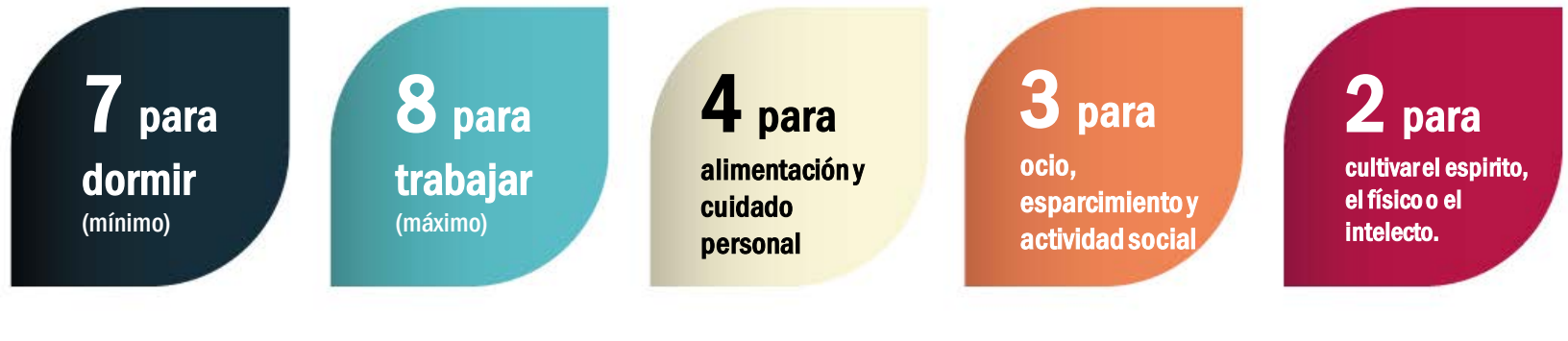


Recordemos siempre que el día tiene 24 horas y de estas horas no todas ayudan o aplican para generarnos ingresos... el recurso más crítico y usado en un proyecto de diseño es el tiempo.

11



Ideal humano básico para la distribución de las horas del día hábil promedio.



Por lo tanto deberíamos calcular nuestros ingresos, pensando en la ponderación de solo **5 días de la semana para trabajar** (no 7), con **8 horas cada uno** (no 24), lo que equivale a:

40 horas semanales / 160 horas mensuales / 1.920 horas anuales



Factor variable de cálculo

Necesitamos generar **\$600.000 mensuales en Chile** como mínimo para optar a un estándar de confortabilidad y servicios básico, y solo tenemos **160 horas** mensuales para generar este ingreso según lo que entendemos convencionalmente como “tiempo para trabajar”.

Simplificando:

$$\frac{\$600.000}{160 \text{ horas}} = \$3.750 \text{ por hora - estándar mínimo}$$

*siendo este un factor siempre en alza por efectos del IPC

Reflexiones...

4

Desde un punto de vista económico concreto, un proyecto o trabajo no es bueno, si no es rentable respecto a este factor mínimo de ingreso horario.

5

No existe una constante de cobro, ya que el dinero cada día se devalúa y el índice de precio sube ("costo de la vida")

6

Lo importante de un trabajo o actividad económica es su regularidad, pero por sobre todo su rentabilidad (costo/beneficio)

7

Si mi trabajo como empleado, no renta mínimo estos \$600 mil, por las 160 horas mensuales, preguntémonos entonces hasta cuando estaremos así? Que otras opciones tenemos?

8

Cada trabajo, proyecto o actividad laboral, debería ser analizada antes de cerrarla, nunca dar precios sin tener claridad respecto a todos los alcances.

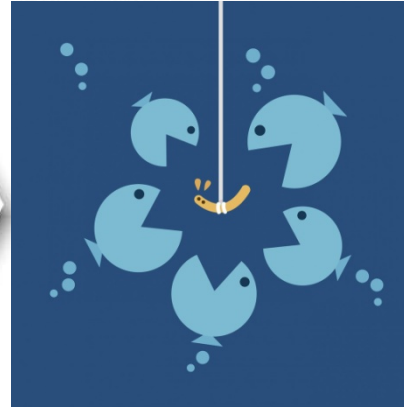
9

Aprendamos pensar mas amplio y no solo según los estereotipos laborales clásicos, podría ocurrir que trabajemos solo meses y con eso rentemos lo mínimo para todo un año.

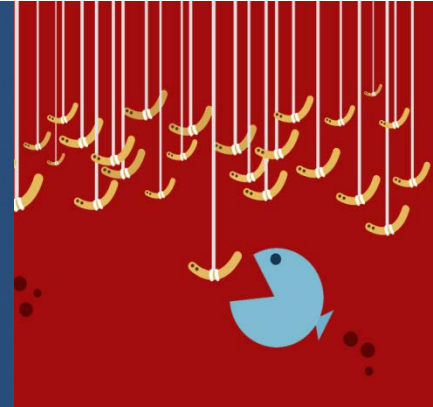
12

Para poder rentar y lograr que sea apreciada nuestra actividad, debemos generar algo realmente nuevo y satisfactorio, con las mas altas barreras de entrada posibles.
Generar valor !

Demanda por sobre oferta...



Oferta por sobre demanda...



Océano **azul**...colaborar? Océano **rojo**...competir?

Conceptos Económicos

CLIENTE

Persona natural o jurídica que adquiere y paga por un producto con frecuencia. Por lo general es aquel que tiene fidelidad a una marca específica, y regresa de nuevo porque ya ha tenido una experiencia agradable con el producto.

CONSUMIDOR

Persona que tiene el poder de definición y aceptación de los argumentos de compra en el punto de venta.
A diferencia del cliente, el consumidor es aleatorio, esporádico y fortuito la mayoría de las veces.

USUARIO

Es a quien impacta más el producto, quien lo usa, son el objeto del diseño y la conformación de las características físicas y tangibles, dándole, las especificaciones de manufactura y la definición de sus componentes para que éste perciba valor.



VALOR

El beneficio que logra recibir y percibir el usuario/cliente, respecto a la solución y satisfacción que le entrega el producto (bien o servicio).

COSTO (fijo y variable)

Monto de dinero o la medida en dinero que representa aun insumo, servicio o proceso que permite la realización del producto generando ingresos

Monto de dinero o la medida en dinero que un cliente o consumidor debe traspasar para poder acceder a un producto (bien o servicio)

PRECIO

Monto de dinero o medida en dinero que no esta planificada, que debe asumirse para producir ingresos, pero que resta utilidad o la elimina.

GASTO



INVERSIÓN

Monto de dinero o recursos medidos en dinero que se usan para adquisición de todos los bienes y herramientas para poder empezar con la operación.
(costo mensual)

(costo mensual)

Monto de dinero o recursos disponibles que permite el consumo anticipado de insumos o servicios, el cual debemos tener y usar antes de que generemos ingresos.

**CAPITAL DE TRABAJO /
INVENTARIO**

PUNTO DE EQUILIBRIO

Es el nivel de una operación en el cual los ingresos igualan a los egresos y por lo tanto no genera ni ganancia ni pérdida.

Cantidad de dinero que hay que pagar y/o cobrar, destinado a la Administración del estado para contribuir con los beneficios públicos.

IMPUESTOS



AMORTIZACIÓN

Costo asumido en la operación como factor de ahorro para que en un tiempo determinado, casi siempre 2 o 3 años, se vuelva a renovar el equipamiento y las herramientas.

UTILIDAD / GANANCIA

La diferencia positiva en dinero, que nos queda disponible después de recibir ingresos y cubrir todos los costos de la operación

Ejemplos de aplicación

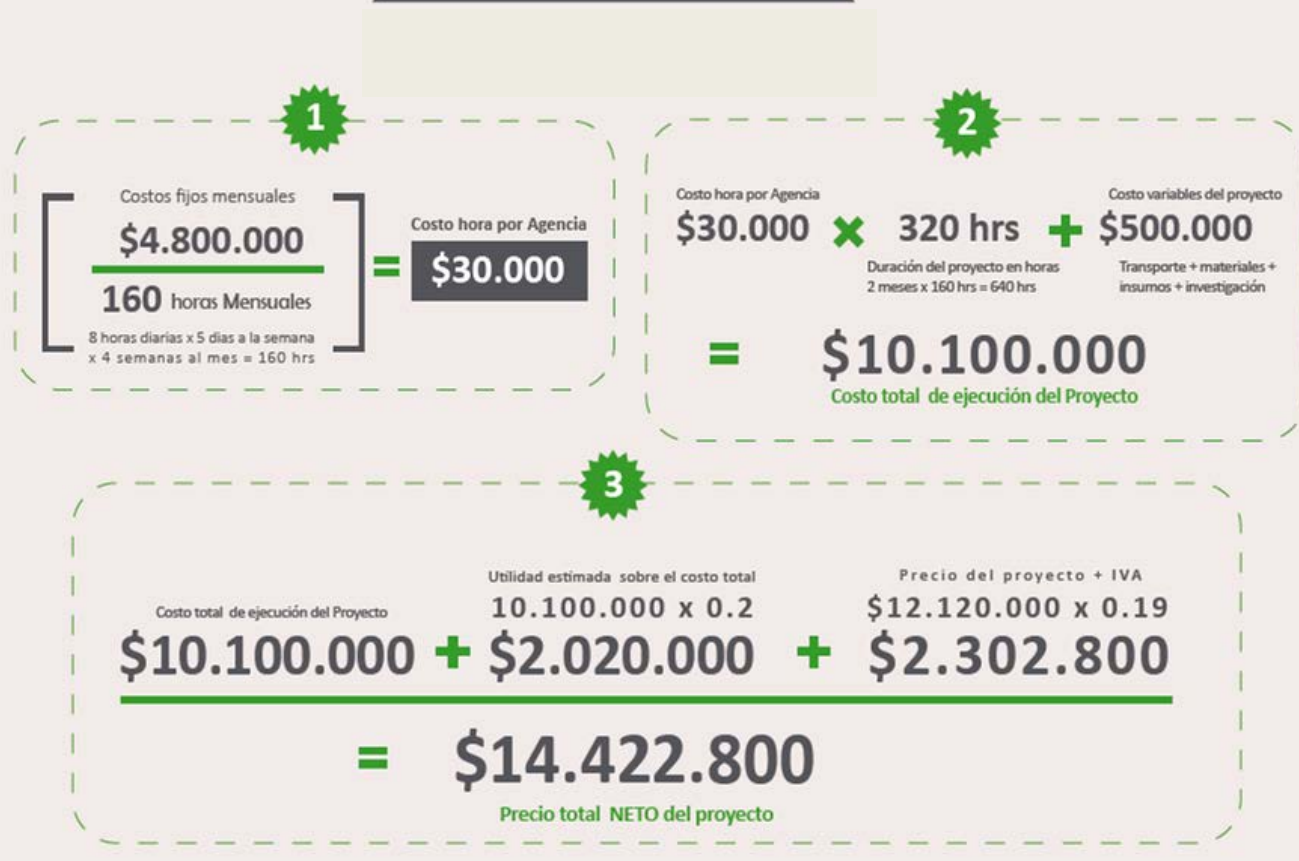
Cálculo básico de proyecto

COTIZACIÓN COBRO BASE A PROYECTO

EXPLORA
ESTUDIO CREATIVO



Marcelo Cifuentes Villagran
cifuentesvillagran@gmail.com
Atribución-NoComercial-SinDerivar 4.0 Internacional



Crédito de autoría:
Leonardo Vega
Alumno diseño gráfico
Sede San Andrés Duoc UC



Estructura de cotización

Siempre enviaremos una cotización!

Una cotización formal siempre debe contener y definir mínimo:

1. Antecedentes del mandante o cliente.
2. Datos de contacto de la empresa o diseñador.
3. Marca gráfica / fecha / ciudad.
4. Detalle y/o resumen del pedido, encargo, proyecto u oferta.
5. Entregables y evidencias.
6. Plazos de entrega.
7. Precios detallados por unidad o ítems (precios, JAMÁS tus costos ni tu utilidad)
8. Precios en liquido y con adicional de impuestos (bruto).
9. Formas de pago.
10. Fecha de vencimiento de la cotización.
11. Anticipo

Estructura de cotización



Especialización en branding,
editorial, marketing, web
e ilustración.

CONTACTOS:

+569 82156719
Las Heras # 1215
Concepción - Chile
www.magmaagencia.cl
Magmaagencia@gmail.com
www.facebook.com/agenciagamaconcepcion

Crédito de autoría:
Catalina Alarcón
Alumno diseño gráfico
Sede San Andrés Duoc UC

COTIZACIÓN

Válida hasta 10 días desde la fecha de entrega

De acuerdo a lo conversado en la reunión del día 04 de Julio del 2016, sobre el proyecto de
Plan Comunicacional para el Turismo de Talcahuano.

PLAZO DE ENTREGA:

Una vez discutida y aceptada la cotización, y habiendo
pagado el 50% del total de ésta, se inicia con el proyecto.
El plazo de aprobación del proyecto es de 10 días, por lo
que estaría finalizado y listo para ser ejecutado para
aproximadamente el día 17 de noviembre de 2016
(320 horas trabajadas en 4 meses)

ENTREGABLES:

7 archivos .ai en dvd, junto con una maqueta digital
6 piezas gráficas impresas.

Los detalles a continuación:

- 1 Archivo con la Marca Talcahuano (.png .jpg o similar)
- 1 Archivo Pdf con el Manual de Marca
- 5 Archivos pertenecientes al Plan Comunicacional
(.png .jpg o similar)
- 1 Maqueta Digital de Sitio Web
- 1 Manual de Marca impreso y empastado
- 5 Maquetas con ejemplos del Plan Comunicacional

PRECIOS:

Costo Total: \$ 23.884.680
Precio Total: \$ 47.769.360
Precio + iva: \$ 57.800.926

PRECIO FINAL

57.801.000 + 500.000 = \$ 58.301.000
*Descuento

PAGOS:

El otro 50% puede ser cancelado en tres cuotas
mensuales. De ser cancelado en una cuota, es
posible aplicar un descuento de \$500.000.

Los medios de pago disponibles son:

- Depósito bancario
- Cheque

El proyecto contempla 4 revisiones, 1 por mes.
Si el cliente desea hacer más revisiones de las
estipuladas, éstas tendrán un cobro adicional
en el total del proyecto.

*Si el cliente desea hacer más revisiones de las estipuladas
y/o modificaciones futuras éstas tendrán un costo adicional
de: 3 UTM cada una.*



Reflexiones...

10

Tu sueldo o ingreso como diseñador, es parte de los costos de un proyecto u operación, no de las utilidades, ni menos un gasto.

12

Se riguroso y analiza concienzudamente cual es la totalidad de los costos que realmente tiene tu operación, antes de dar una cotización o hacer un presupuesto. No dejan de existir por no incluirlos, y al final se convierten en gastos.

11

Endéudate si es necesario, pero principalmente en costos, no en gastos. Analiza constantemente si tus actividades y compras, corresponden a inversión.

13

Que aun vivas con tus padres y tengas cubierto por ellos la energía eléctrica, la internet y otros, no significa que puedes obviar el factor de estos costos en una cotización o presupuesto.



13

En una cotización o presupuesto para proyecto, sin propuesta de diseño definida, presenta las categorías de insumos y de costos, evitando en lo posible dar detalles que puedan limitar demasiado la flexibilidad del proceso.

Aprende a comprometer objetivos, por sobre objetos!

Artículos de Oficina

Insumos de maquetación

Marketing interno

Artículos de impresión

Transporte viajes y visitas

Encomiendas

Viatico viajes y visitas

Difusión

Soporte informático

Respaldo digital



Excel



Project

14

En el caso de un proyecto, propone y define siempre el recurso tiempo disponible con los involucrados del proyecto y tu cliente, genera un calendario o una ruta de actividades, plazos, correcciones y metas que definan con claridad horarios y fechas. Comprueba las horas que realmente adjudica el proyecto.

Carta Gantt / periodo: abril 2011 – abril 2012



Y los últimos tips ...



- 1 Con los objetivos de una propuesta en un proyecto de diseño, pronosticar siempre cuanto permitirás **ahorrar o ganar** a quien es tu cliente o usuario.
- 2 Dejar siempre **constancia escrita (papel o mail)** de las condiciones, avances , cambios o acuerdos del proyecto.
- 3 Nunca asumir encargos que **escapan o superan nuestras competencias o capacidades**.
- 4 Jamás empieces a producir en base a “**acuerdos de palabra**” . Siempre asegura **firmar un convenio o contrato, o en el caso de pequeños proyectos, exigir orden de compra u orden de trabajo**.
- 5 Ten mucha precaución de abrir agencias, oficinas o nuevos negocios asociándonos solamente con **amigos y /o diseñadores**.
- 6 Procura siempre **pedir anticipo, por lo menos lo que cubre costos variables y básicos de materiales y transporte**.



- 7 El cartón es para ti, el portafolio para los demás.
- 8 El que permite un **precio y/o condiciones** finalmente eres tu, no culpes al usuario o el cliente de querer negociar .
- 9 En cada reunión siempre **diagrama, registra y genera una minuta**, no esperes que el cliente te llame, **tu define días y fechas en donde habrá juntas de corrección o avance.**
- 10 Saber cobrar , tiene que ver **primero que todo con actitud...aprender negociar.**
- 11 Investiga, enlista, visita y define constantemente **proveedores de servicios e insumos lo antes posible, es caro llegar a improvisar suministros.**
- 12 Es probable que los trabajos, encargos o proyectos, te los paguen en plazos de 30, 60 o 90 días, deberás arriesgarte a manejar **capital de trabajo. Busca inversionistas, socios, créditos u opta a fondos concursables.**



- 13 Seguramente te has engañado con que la única herramienta que necesitas es un computador, internet y un teléfono.
- 14 Los descuentos solo se deben dar si somos consientes del punto de equilibrio, jamás demos descuentos solo por quedarnos con un trabajo.
- 15 No todo es dinero, pero si debemos aprender a medir todo en dinero, busquemos otras opciones de recibir pago, pero jamás regalemos el trabajo. (Canjes, trueques, Royalties)
- 16 Al partir, ten una cuenta bancaria (vista si aun no puedes optar a crédito) en donde recibir depósitos, e inicia actividades como profesional lo antes posible.

Y recuerda... La curiosidad no mato al gato, lo mató el exceso de confianza.

Gracias !

Marcelo Cifuentes Villagrán
cifuentesvillagran@gmail.com

Licencia de autoría en:

